Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 2. Juni 1951 - 51. Jahrgang - Nr. 22

Willkommen in Genf

Die Société coopérative suisse de consommation in Genf hat die Ehre, am 2. und 3. Juni 1950, die mehr als 1100 Delegierten des Verbandes schweiz. Konsumvereine in Genf zu empfangen.

Zum sechsten Mal findet die Delegiertenversammlung des V. S. K. in Genf statt. Gewiss erinnern sich die meisten Genossenschafter, dass zum letzten Mal die Delegiertenversammlung im Jahre 1943 in Genf getagt hatte. Die S. C. S. C. feierte damals ihr fünfundsiebzigjähriges Bestehen und sie hatte trotz des Krieges und der Unsicherheit der Zeit es sich nicht nehmen lassen, das dank des Einsatzes der Gründungsmitglieder geschaffene Werk zu feiern. Als eigentlicher Höhepunkt der Feiern darf die damalige Delegiertenversammlung des V. S. K. gewertet werden.

Es ist überflüssig, hier auf die Rolle, die die Konsumgenossenschaft Genf seinerzeit bei der Gründung des V. S. K. gespielt hat, in Erinnerung zu rufen. Ebenso überflüssig ist es, darauf hinzuweisen, dass jede in Genf durchgeführte Delegiertenversammlung für die Zukunft unserer Bewegung wichtige Entscheidungen zu fällen hatte.

Am Vorabend des Empfangs der zahlreichen Genossenschafter, die aus allen Teilen unseres Landes nach Genf kommen werden, scheint es uns weit eher gegeben, kurz auf die tiefgreifenden Veränderungen, die die S. C. S. C. vor allem nach Abschluss des zweiten Weltkrieges durchgemacht hat, hinzuweisen.

Heute verfügt die S. C. S. C. über Einrichtungen, Gebäude und Läden, die ihren fortschrittlichen Geist widerspiegeln. Als der Bundesbeschluss betreffend das Filialverbot fiel, wurde es bald deutlich, dass die Genossenschaft rasch die Modernisierung und die Vergrösserung ihrer Lagerhäuser, die Vermehrung der Zahl ihrer Läden, die Erneuerung einer grossen Zahl dieser Läden und den Bau eines neuen Heims für das Kaufhaus « Epis d'Or », dessen Platzverhältnisse immer enger wurden, in Angriff zu nehmen hatte. Die Vorstudien wurden rasch durchgeführt. Sobald die Pläne bereit waren, trugen die Genossenschafter Genfs, fieberhaft damit beschäftigt, sich den Nachkriegsverhältnissen anzupassen, ihr Teil zur Verschönerung ihrer Stadt bei.

Die Delegierten werden durch ihre Besuche das Ausmass der Anstrengungen, um der S. C. S. C. das zur Erfüllung ihrer Aufgabe notwendige Rüstzeug in die Hand zu geben, erkennen können.

Es sind die Lagerhäuser von « Varembé », die dieser Verjüngungskur am meisten verändert entstiegen. Vergrössert, erhöht und modernisiert, mit verbesserten Maschinen und hervorragenden Kühleinrichtungen versehen,

Zufriedene Kunden dank «National»

Die «National»-Registrierkasse mit Markenautomat ermöglicht eine rasche und trotzdem einwandfreie Bedienung. Diese schnelle Abwicklung des Verkaufs und die sichere Handhabung des Geldes wecken das Vertrauen der Kunden, sodass sie zu treuen Käufern werden.
«National» — die beste Wahl!

«National» Registrierkassen AG. - Zürich - Stampfenbachplatz
Telephon (051) 26 46 60

Genf: Im Vordergrund Mont-Blanc-Brücke und Rousseau-Insel, im Hintergrund Mont Blanc und Salève

sind sie heute in der Lage, rasch zu liefern. Es genügt, auf die Versorgung nicht nur der eigenen Läden der S. C. S. C., sondern auch derjenigen der Union laitière, das heisst von insgesamt 150 Verkaufsstellen hinzuweisen! Anlässlich der Ereignisse im Juni 1950 (Anlegung von Haushaltvorräten) konnten die leitenden Leute der Genfer Genossenschaft mit Genugtuung feststellen, dass angesichts der gestiegenen Nachfrage der Rhythmus der Warenlieferungen ohne jedes Versagen aufrecht erhalten werden konnte.

Wie bekannt umfasst das « Epis d'Or » heute zwei Gebäude, die sich an der rue du Commerce befinden. Im einen werden heute nur noch Schuh- und Lederwaren verkauft.

Der Neubau umfasst alle Abteilungen, über die ein modernes Kaufhaus heute verfügen muss. Das « Epis d'Or » darf als glänzender Erfolg gewertet werden, der vor allem auch vom Mut und der Energie der Initianten Zeugnis ablegt. Die Einrichtungen der einzelnen Abteilungen wurden mit besonderer Sorgfalt geplant. Die Abteilung für Damenkonfektion zum Beispiel stellt ein kleines Schmuckstück dar, in dem das richtige Gleichgewicht zwischen der modernen Technik und gutem Geschmack gefunden worden ist.

Das Restaurant « La Rochelle » befindet sich im obersten Stockwerk des « Epis d'Or ». Im geräumigen und hellen Speisesaal können die Gäste schnell bedient werden. Die Hinterräume — Küche, Patisserie, Economat, Kühlanlage — sind in ihrer Art mustergültig. Hier aber blieb der Eifer der Genfer Genossenschafter nicht stehen. Dank glücklicher Entscheidungen erwarben sie noch die Fischhandlung « La Rochelle », die ebenfalls erneuert wurde.

Was die Verkaufsläden betrifft, so hatten auch hier der Krieg und seine Einschränkungen, das Filialverbot und seine Hemmnisse die S. C. S. C. daran verhindert, selbst in dringenden Fällen etwas zu unternehmen. So musste die S. C. S. C. ihre Anstrengungen verdoppeln, um zu erreichen, dass ihr Verkaufssytem nicht unter den andern Arbeiten zu leiden hatte, die dringlich durchgeführt werden mussten.

Heute schätzen und bewundern wir, was in wenigen Jahren erreicht worden ist. Zahlreiche Verkaufsstellen wurden neu eröffnet, um die Filialen, deren Käuferzahl ständig stieg, etwas zu entlasten. Nach diesem ersten Schritt musste eine systematische Erneuerung durchgeführt werden. Und mehr und mehr traten die ältesten Läden etwas mehr ans Licht. An ihre Seite traten schliesslich die Selbstbedienungsläden, die die S.C.S.C. « Service rapide » (S. R.) nennt.

Das Streben nach Verbesserungen, bei dem man sich einzig und allein davon leiten liess, den Konsumenten

immer besser zu dienen, hat nicht nachgelassen. Dem alten Hauptgeschäft traten an die Seite eine Kette von Läden, die im Herzen der einzelnen Gemeinden errichtet worden sind. Dadurch wurden auch die Beziehungen zwischen den Genossenschaftern in der Stadt und den Genossenschaftern auf dem Land enger gestaltet.

Das ist in kurzen Zügen die Bilanz fünfjähriger grosser Anstrengungen. Zahlen zeigen noch besser als es Worte vermögen, die ausserordentliche Entwicklung der Genfer Genossenschaft:

	1940	*1945*	*1950*	*Vermehrung gegenüber 1940*
Zahl der Mitglieder	23 449	27 667	33 386	42,38 %
Bil'summe	7 332 000.—	9 677 000.—	19 662 000.—	168 %
Umsatz	14 656 000.—	22 398 000.—	40 266 600.—	174 %

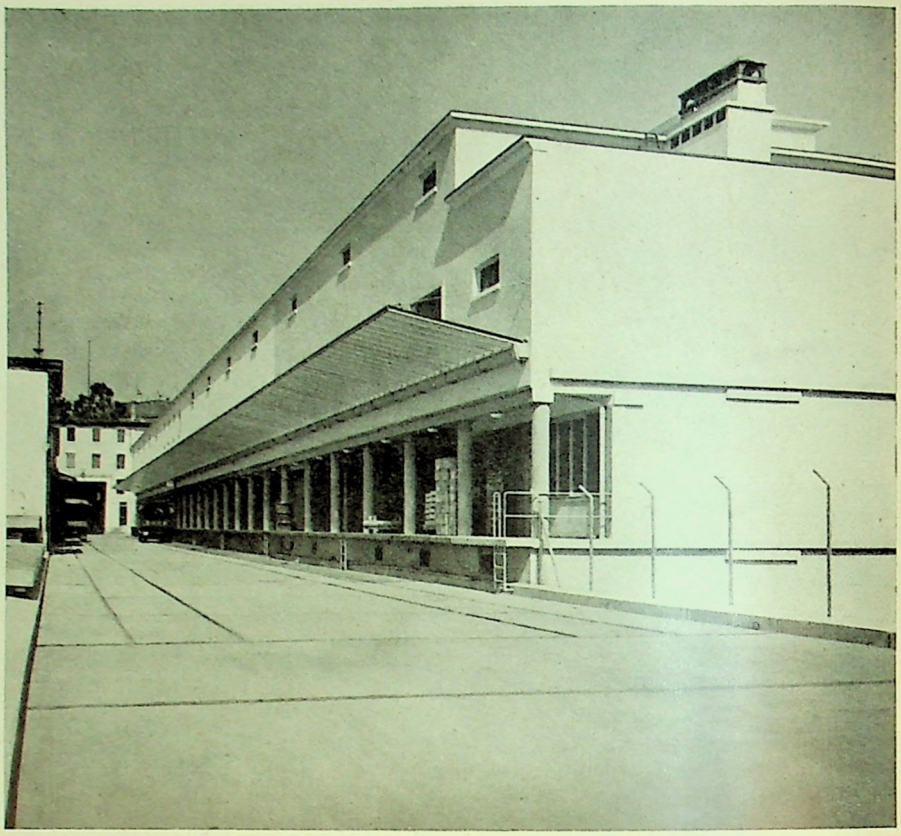
Die Genfer Genossenschafter beschäftigen sich jedoch nicht nur mit rein materiellen Fragen. Ihnen ist das, was uns von den redlichen Pionieren von Rochdale überliefert wurde, die einen Teil des Ueberschusses zu erzieherischen Zwecken verwendeten, stets gegenwärtig. Seit einigen Jahren haben sie neben der Führung von Studienzirkeln, Frauen- und Jugendgruppen, die Organisation von Symphoniekonzerten zu bescheiden Preisen aufgenommen, indem sie das Kammerorchester von Genf schufen, an dessen Spitze heute der hervorragende Musiker Pierre Colombo steht. Seine Tätigkeit wird ergänzt durch Theatervorführungen mit guten Kräften der Stadt, mit Ausflügen und Reisen. Diese Tätigkeit trägt nicht wenig dazu bei, den Gedanken der Genossenschaft in Genf besser zu verankern. Die Delegierten können deshalb versichert sein, von einer Genossenschaft empfangen zu werden, die sich in voller Entwicklung befindet und die nie die gastfreundlichen Traditionen Genfs vergisst.

Möge die Delegiertenversammlung die Wünsche der schweizerischen Genossenschafter erfüllen, die das Bedürfnis verspüren, durch ihren Zusammentritt ihre Kräfte zu unterstreichen und ihre Botschaft der gegenseitigen Hilfe und der Solidarität in eine unruhige Welt zu tragen, die Krieg und Wirtschaftskrise fürchtet. C. L.

Oben: Die Kathedrale St-Pierre

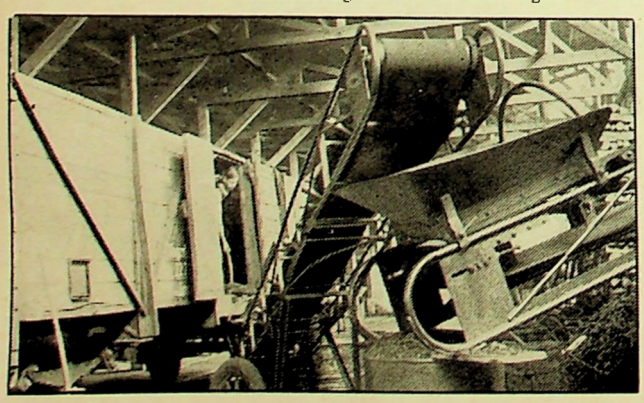
Der innere Hof des Stadthauses

«Epis d'Or» und «Varembé» sind in der Genossenschaftsbewegung der französisch-, zum Teil aber auch in derjenigen der deutschsprechenden Schweiz in den letzten Jahren beinahe zu Begriffen geworden. Beide Schöpfungen der Société coopérative suisse de consommation in Genf zeugen vom fortschrittlichen Geist und der Aktivität unseres Genfer Verbandsvereins. Das Kaufhaus «Epis d'Or» (Bild unten rechts), im Zentrum Genfs an günstiger Lage gelegen, umfasst die Spezialgeschäfte der Genfer Genossenschaft und kann heute als Muster genossenschaftlicher Warenverteilung auf dem Gebiet der Spezialartikel bezeichnet werden. Im Restaurant «La Rochelle», das das oberste Stockwerk und — bei schönem Wetter — auch die Dachterrasse des «Epis d'Or» einnimmt, ist den Genfer Genossenschaftern und vielen ihrer Freunde aus der ganzen Schweiz eine genossenschaftliche Gaststätte erwachsen, die sich steigender Beliebtheit erfreut. — Von ähnlich fortschrittlicher Gesinnung



AKTIVE GENFER GENOSSENSCHAFT

zeugt auch das Lagerhaus «Varembé», von dem die übrigen beiden Bilder auf dieser Seite einen Eindruck zu vermitteln suchen. Beim Bau und für den Betrieb dieses geräumigen Hauses galten die Grundsätze: zweckmässig, einfach und rationell! Von hier aus werden die rund 150 Filialen der Genfer Konsumgenossenschaft und der Union laitière mit Kolonialwaren, Früchten, Gemüsen usw. beliefert. Zweckmässig ist auch die Frage der Zufuhr gelöst, indem die Eisenbahnwagen vom Bahnhof her auf speziellen Schienenwagen auf der Strasse transportiert werden — Wir nehmen an, dass alle Delegierten Gelegenheit haben werden, soweit sie die fortschrittlichen Einrichtungen der Genfer Konsumgenossenschaft nicht bereits kennen, sich von der Bedeutung der einen oder andern der beiden Neueinrichtungen selbst zu überzeugen. m.



Entwicklung der Verbandsvereine 1950

	1949	1950[1]	Veränderung	
			absolut	in %
Verbandsvereine (inkl. Zweckgenossenschaften)	568	572	+ 4	+ 0,7
Berichtende Vereine	549	553	+ 4	+ 0,7
Politische Gemeinden	1195	1215	+ 20	+ 1,7
Läden	2843	2919	+ 76	+ 2,7
Mitglieder	534610	548188	+ 13578	+ 2,5
Angestellte	13644	14081	+ 437	+ 3,2
Umsatz	696616969.—	727166928.—	+ 30549959.—	+ 4,4
Rückvergütung und Rabatt	42248630.—	45082464.—	+ 2833834.—	+ 6,7
Steuern	5454160.—	5179791.—	— 274369.—	— 5,0

[1] Provisorische Zahlen

Société Coopérative Suisse de Consommation

Der Willkommensgruss der Konsumgenossenschaft Genf, in dem eingehend auf die in den letzten fünf Jahren durchgeführten Erneuerungen hingewiesen wird, macht uns deutlich, mit wieviel Konsequenz unsere Genfer Genossenschafter ihre Institutionen und Einrichtungen ausbauen. Mit ihren über 33 000 Mitgliedern und einem Umsatz von etwas mehr als 40 Millionen Franken ist die Konsumgenossenschaft Genf nach dem ACV beider Basel und dem Lebensmittelverein Zürich die drittgrösste der dem V. S. K. angeschlossenen Konsumgenossenschaften.

Da es Dinge gibt, die wir von uns deshalb nicht gerne sagen, weil sie nach Eigenlob aussehen könnten, so übernehmen wir gerne die Aufgabe, darauf hinzuweisen, mit wie grossem Erfolg unsere Genfer Freunde in den letzten Jahren sich eingesetzt haben, die Leistungsfähigkeit ihrer Genossenschaft immer mehr zu verbessern und die Dienste, die das Unternehmen seinen Mitgliedern leistet, immer besser zu gestalten.

In dem Jahre, in dem das letzte Mal (1943) die Delegiertenversammlung des V. S. K. in Genf stattfand, erzielte die SCSC einen Umsatz von etwas über 18,5 Millionen Franken und hat somit innerhalb sieben Jahren ihren Umsatz mehr als verdoppelt. 1943 beschäftigte die Genossenschaft 391 Angestellte, deren Zahl sich ebenfalls beinahe verdoppelt hat und im vergangenen Jahre 716 betrug.

Blättern wir weiter im Jahresbericht der Genfer Genossenschaft, so fallen uns einige Graphiken auf, aus denen sich deutlich die preisregulierende Tätigkeit der Genossenschaft ergibt, die ihre Ehre einsetzt, um als konsequente Fördererin der Konsumenteninteressen ihre Preise möglichst niedrig zu halten.

Die Versorgung der schweizerischen Bevölkerung mit Landesprodukten ist in den letzten Jahren immer wichtiger geworden, und der grösste Teil der Konsumgenossenschaften hat sich gerade auf diesem Gebiete besonders eingesetzt. Das kann auch von der Konsumgenossenschaft Genf gesagt werden, die im vergangenen Jahre nicht weniger als 324 Eisenbahnwagen zu zehn Tonnen Früchte und Gemüse an ihre Mitglieder vermittelt hat, wodurch sie den Produzenten und den Konsumenten gleicherweise bedeutsame Dienste leistete.

Bekannt ist die ins Jahr 1933 fallende Schaffung der Union Laitière, die den Zusammenschluss der Milchvermittlungsbetriebe der SCSC und der Laiteries Réunies darstellt. Durch diese enge Fühlungnahme von Produzenten und Konsumenten ist im Kanton Genf ein wesentlicher Beitrag zur Verbesserung der gegenseitigen Beziehungen geleistet und der Grund zu fruchtbarster Zusammenarbeit gelegt worden. Vielleicht etwas weniger bekannt, trotzdem aber nicht weniger wichtig sind die Bestrebungen, die aus der Union Laitière hervorgegangen sind und die darin gipfeln, den Mitarbeiter von seinem reinen Lohnarbeiterdasein zu befreien und ihn zum Mitträger des Unternehmens zu machen. Hier wurde, wohl zum ersten Mal in der Schweiz, ein grosszügiger Versuch unternommen, die soziale Frage einmal nicht nur von der rein materiellen Seite her zu lösen, sondern mehr noch von einer ideellen, die für die Zukunft schöne Erfolge verspricht.

Im Willkommensgruss der Konsumgenossenschaft Genf wird ebenfalls auf die in den beiden Häusern «Epis d'Or» vereinigten Textil-, Konfektions-, Schuh- und Haushaltartikelabteilungen hingewiesen, für die der Jahresbericht einen Gesamtumsatz von rund 6,5 Millionen Franken ausweist.

Wirft man schliesslich einen kurzen Blick auf die Rechnungen des vergangenen Jahres, so weisen diese, wenn wir uns auf einige der wichtigeren Posten beschränken, bei Personalkosten rund 4,4 Millionen Franken, Lokalkosten von 790 000 Franken, Unterhaltskosten von 430 000 Franken, Propagandakosten von 460 000 Franken, Amortisationen von 455 000 Franken usw. einen Nettoüberschuss von 781 000 Franken aus, der zur Hauptsache dazu verwendet wird, um eine Rückvergütung von 2% auszurichten, nachdem während des Jahres bereits auf den Einkäufen ein Rabatt von 5% gewährt worden ist. In der *Bilanz* stehen auf der Aktivseite unter anderem Warenvorräte für rund 7,8 Millionen Franken, Immobilien im Betrage von nicht ganz 6,4 Millionen Franken und Materialien für 3,5 Millionen Franken, während die Passivseite Kassascheine für 7,5 Millionen Franken und Hypotheken im Betrage von 1,5 Millionen Franken, Reserven von etwas über 1,5 Millionen Franken und Amortisationen auf Immobilien im Betrage von 778 000 Franken ausweist.

Die dem Jahresbericht beigegebenen Illustrationen zeigen noch deutlicher als es Worte vermögen, die in den vergangenen Jahren unternommenen Anstrengungen

zur Verbesserung der Dienstleistungen gegenüber den Mitgliedern. Helle, freundliche Läden sind eröffnet worden, andere wurden neugestaltet, so dass im ganzen die SCSC heute in vieler Beziehung als musterhaftes Unternehmen bezeichnet werden darf, dessen Mitglieder sich in den in ihrem Auftrag geschaffenen Räumen wirklich wohl fühlen und stets das Gefühl haben dürfen, dass in ihrem Interesse nichts zuviel ist. m.

Vor der Genfer Delegiertenversammlung

Jede Jahresversammlung hat immer zwei Seiten, einmal dient sie der Entgegennahme der Rechenschaftsberichte über das abgelaufene Jahr und befasst sich so mit Problemen, die im wesentlichen hinter uns liegen, dann aber stellt sie immer irgendwie auch Ausblick dar in die Zukunft, die es zu beeinflussen, ja zu formen und zu gestalten gilt.

So beschäftigt sich jedes Jahr auch unsere Delegiertenversammlung zunächst einmal damit, sich Rechenschaft geben zu lassen über ein Jahr der Arbeit der Verbandsbehörden, um dann auch an neue Probleme heranzutreten. Dieses Jahr geht es bei dem, was neuzugestalten ist zunächst einmal um das *Genossenschaftliche Seminar*, dessen Finanzlage konsolidiert werden muss, damit unser zentrales genossenschaftliches Erziehungsinstitut weiterhin im Interesse unserer ganzen Bewegung fruchtbare Arbeit leisten kann. Der Antrag der Verbandsbehörden geht dahin, jeden Verbandsverein zu verpflichten, *pro 1000 Franken Umsatz 15 Rappen an das Genossenschaftliche Seminar abzuführen*. In den Kreiskonferenzen wurde im allgemeinen zustimmend Kenntnis genommen von diesen neuen Anforderungen an die Verbandsvereine, die als wohlbegründet betrachtet werden können. Es ist anzunehmen, dass die Delegiertenversammlung den Vorschlag zum Beschluss erheben wird, so dass von nun an die Lage des Genossenschaftlichen Seminars, dem selbstverständlich auch weiterhin bedeutende Zuwendungen vom V. S. K. und den Zweckgenossenschaften zufliessen werden, im wesentlichen als konsolidiert gelten kann.

Die der Delegiertenversammlung von den Kreisverbänden I und II vorgelegte *Resolution* beschäftigt sich mit den *kriegswirtschaftlichen Vorschriften im Müllereigewerbe*, die noch heute in Kraft sind, und fordert die Verbandsbehörden auf, darauf hinzuwirken, dass der Genossenschaftsmühle in Rivaz die Anpassung ihres Kontingents an den Umfang ihrer Lieferungen an die Verbandsvereine und eigenen Mitgliedern ermöglicht werde. Nachdem Verwaltungsrat und Direktion des V. S. K. der Delegiertenversammlung empfehlen, diese Resolution in zustimmendem Sinne an die Verbandsbehörden weiterzuleiten, ist anzunehmen, dass die Delegiertenversammlung diesem Vorschlag folgen wird.

Weiter wird der Delegiertenversammlung ein Antrag von Verwaltungsrat und Direktion betreffend die *Preisentwicklung* unterbreitet. Darin wird festgestellt, dass bereits im vergangenen Jahre der V. S. K. Massnahmen gegen die Erhöhung der Lebenshaltungskosten verlangt habe, dass schon der Ruf nach Wiederanwendung der Preiskontrollvorschriften auf verschiedenen Gebieten zu vorsichtigerer Kalkulation und sogar zu Preiskorrekturen nach unten geführt habe, während an andern Orten ungerechtfertigte Preiserhöhungen eine dauernde Verteuerung bewirkt hätten. Der Antrag, in dem weiter die Milchpreiserhöhung, die besonders die kinderreichen Familien betrifft, bedauert wird, gipfelt im Vorschlag, die massgebenden Wirtschaftsverbände des Landes zur Prüfung der Lage zusammenzuberufen, um womöglich eine einheitliche Stellungnahme und eine gerechte Regelung der Preis- und Lohnentwicklung herbeizuführen.

*

Man sieht: Neben der Entgegennahme der Rechenschaftsberichte und Rechnungen sind es Probleme von weitesttragender Bedeutung, die im Interesse der Konsumenten behandelt werden. Sowohl die die Genossenschaftsmühle in Rivaz benachteiligende Kontingentierung, die letzten Endes den Konsumenten Opfer auferlegt, als auch der soeben erwähnte Antrag betreffend die Preisentwicklung, zeigen den V. S. K. in einer seiner wichtigsten Funktionen: als Wächter der *Konsumenteninteressen*.

In diesem Sinne und Geist behandelt die grösste Konsumentenorganisation unseres Landes, die heute in ihren Verbandsvereinen rund 550 000 Mitglieder zählt, die dem Konsumenten am nächsten liegenden Fragen und sucht sie im Interesse der weitaus grössten Schicht unseres Volkes zu lösen, im Interesse des Konsumenten, um dessen Rechte in der Wirtschaft sich heute bedeutende Auseinandersetzungen abspielen.

Möchte von der Genfer Tagung, über die wir in der nächsten Nummer eingehend zu berichten haben werden, ein wesentlicher Impuls in unser Land gehen, den Konsumenten immer besser zu schützen. M.

ADREMA

Sind Sie mit Ihrem Umsatz zufrieden?

Mit dem **ADREMA-Adressiersystem** sind Sie in der Lage, Ihre Werbe-Ideen sofort zu verwirklichen und den Umsatz zu steigern. Schon mit dem kleinen Modell, das nur **Fr. 280.-** kostet, lassen sich in der Stunde zwischen **500** bis **700** Couverts, Briefe, Karten usw. adressieren. Verlangen Sie unverbindliche Organisationsvorschläge über Propaganda, Verkaufskontrolle und Spedition.

ADREMA AG ZÜRICH

Filialen: Basel Bern Genf

Talstrasse 11 Telephon (051) 25 86 25

Aus der Tätigkeit des Laboratoriums V. S. K. im Jahre 1950

Bromhaltige Tafelwasser

Im Laufe des letzten Jahres haben wir in verschiedenen Tafelgetränken mit Ananas-, Orangen- oder Grapefruitsaft verbotene bromhaltige Konservierungsmittel festgestellt. Es konnte nachgewiesen werden, dass die aus dem Ausland importierten Fruchtsaftkonzentrate, welche zur Fabrikation der genannten Tafelwasser dienen, bereits diese verbotenen Konservierungsmittel enthielten. Nachdem die Behörden energisch durchgegriffen haben, sind diese in der Schweiz wieder aus den Tafelgetränken verschwunden.

Backpulver

Ein besonders günstig angebotenes Backpulver (englisches Offertmuster) bestand aus Pyrophosphat, Natron und gewöhnlichem Weizenmehl. Der Trieb des Backpulvers war normal, dagegen musste das darin enthaltene Mehl als verdorben bezeichnet werden. (Muffig und Zersetzung des Weizenöls.) Das aus dem Mehl isolierte Fett war ranzig und vollständig verdorben. Dieses Backpulver war daher nicht mehr verwendbar.

Dauerstärke

Wir hatten verschiedene Muster von sogenannter Dauerstärke zu beurteilen. Dabei handelte es sich nicht um eine pflanzliche Stärke, sondern um einen synthetisch hergestellten Kunststoff (Kunstharz). Derselbe bildet mikroskopisch kleine Kügelchen, welche in Wasser verteilt sind. Das Präparat sieht etwa wie Kondensmilch aus und lässt sich mit Wasser beliebig verdünnen. Die zu stärkenden Wäschestücke werden in eine derartig verdünnte Lösung eingetaucht, ausgepresst und feucht gebügelt. Unter der Hitze des Bügeleisens schmelzen die Kunstharztröpfchen und bilden einen feinen Film auf der Textilfaser, welcher beim Abkühlen erstarrt. Da dieser Kunstharzüberzug in Wasser nicht löslich ist, bleibt er auch bei mehrmaligem Waschen des Kleidungsstückes auf dem Gewebe haften. Ein derart behandeltes Wäschestück kann etwa sechsmal gewaschen werden, bevor es neu gestärkt werden muss. Daher der Name *Dauerstärke*.

Waschmittel

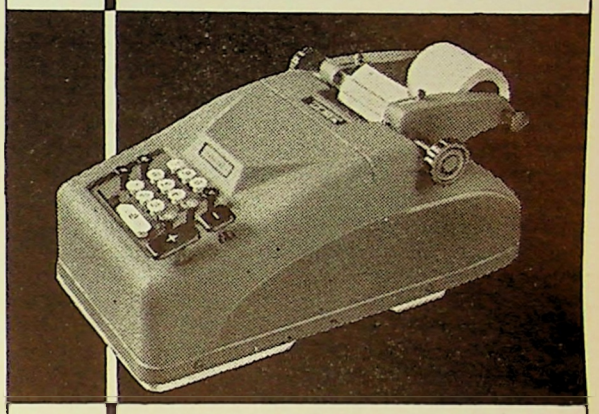
Von einer Firma wird ein neues Waschmittel angeboten. Die chemische Analyse hat ergeben, dass es sich bei dem neuen «Waschmittel» um ein techn. Natriumperborat handelt (94,8%ig). Das Produkt entspricht genau unserem Bleichmittel «Bionda». Das neue Präparat ist kein Waschmittel, sondern ein ausgesprochenes Bleichmittel.

Die auf der Packung aufgedruckte Gebrauchsanweisung führt zu einem unrationellen Waschprozess und mit Sicherheit zu Wäscheschädigungen.

1. Nach dieser Vorschrift wird das Wasser nicht enthärtet.
2. Auf 20 bis 25 Liter Wasser sind 150 g feingeschnittene Marseiller Seife erforderlich. Ein Teil davon geht als Kalkseife verloren.
3. Das Perborat (100 g auf 20 bis 25 Liter Lauge) ist stark überdosiert. In selbsttätigen Waschmitteln sind in der Regel 5—10% Perborat enthalten. Normalerweise werden aus einer Packung zu 400 g 50 Liter Waschlauge zubereitet. Die Perborat-Konzentration der Lauge beträgt in diesem Fall 0,04 bis 0,08%. Von diesem Produkt sollen dagegen 100 g in 20 Liter Lauge gelöst werden, was einer Konzentration von 0,5% entspricht. Das Perborat ist in diesem Fall etwa zehnmal überdosiert und muss unweigerlich zu Gewebeschädigungen führen.

Nach der Gebrauchsanweisung soll dieses Waschmittel in die kochende Lauge gegeben werden, was unrichtig ist. Sauerstoffbleichmittel müssen in der lauwarmen Lauge aufgelöst werden. Vor der Verwendung dieses Produktes nach der aufgedruckten Gebrauchsanweisung muss daher gewarnt werden.

Ihre neue Addier- und Saldiermaschine



ULTRA - ein Präzisionsfabrikat der Werkzeugmaschinenfabrik Oerlikon, Bührle & Co. - macht sich durch ihre Leistung selbst bezahlt!

ULTRA addiert, subtrahiert, saldiert positiv und negativ, multipliziert - und schreibt dazu automatisch alle eingetippten Zahlen und Ergebnisse auf einen Kontrollstreifen.

Hand- und elektrische Modelle mit 11-stelligem Resultatwerk.

Die elektrischen Modelle besitzen einen vollkommen radiostörfreien, für alle Spannungen einstellbaren Universalmotor.

Die Handmaschinen entsprechen in Ausmassen und Bedienungsvorschriften genau der elektrischen ULTRA; sie können sogar auf Wunsch nachträglich mit dem Original-Motor ausgerüstet werden.

ULTRA

Verlangen Sie unverbindliche Probestellung durch:

Direma Rechenmaschinen AG

Zürich 1, Bahnhofqual 7, Telephon (051) 23 32 27
Generalvertretung für die Schweiz
Vertreter in allen Kantonen

Warum nicht einen «Schuman-Plan» für die Genossenschaftsbewegung?

Von Dr. E. Hasselmann, Hamburg

Der Verfasser, Mitglied des Vorstandes des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften, übermittelt uns diesen Artikel, den wir gerne unsern Lesern unterbreiten, in der Hoffnung, es möchte sich daran eine eingehende Aussprache anschliessen. Wir glauben, dass die im Artikel von Dr. Hasselmann behandelten Probleme die Aufmerksamkeit aller, vornehmlich aber auch führender Genossenschafter verdienen.

Die Redaktion.

Wir leben in einer Zeit der europäischen Initiativen. Man mag zu den Einzelheiten des Schuman-Plans für Kohle und Stahl stehen wie man will, darüber, dass sein Grundgedanke einer tiefen Sehnsucht der fortschrittlichen und politisch aufgeklärten Elemente aller freien europäischen Völker nach Ueberwindung der europäischen Viel- und Kleinstaaterei entgegenkommt, dürfte kaum ein Zweifel bestehen. Wirtschaftlich und politisch sind in der Tat die Staaten Europas gegenüber den Machtzusammenballungen im Osten und in Amerika zu Staatsgebilden zweiten Ranges herabgesunken. Allein auf sich gestellt, können sie ihren früheren Rang nicht wiedergewinnen, aber Europa als Ganzes könnte, wenn es sich seiner Ganzheit bewusst und wirtschaftlich wie politisch als Einheit handeln würde, durchaus eine «dritte Macht» darstellen, zumal, wenn es ihm gelänge, einen Mittelweg zwischen der totalitären Diktatur des Ostens und dem Kapitalismus Amerikas zu finden.

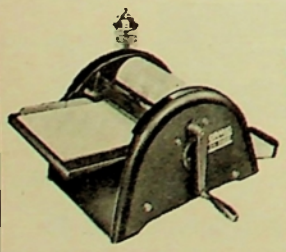
Der Schuman-Plan soll ein erster Schritt zur wirtschaftlichen Vereinigung Europas werden, und wir hoffen, dass er trotz seiner Mängel uns wirklich ein Stück vorwärts in der Richtung auf das erstrebte Ziel hin bringen werde. Allerdings dürfte kein Zweifel darüber bestehen, dass *der Schuman-Plan allein nicht genügt*, um das Ziel zu erreichen. Er bedarf der Erweiterung und Ergänzung. Auf einigen Gebieten, zum Beispiel dem der Landwirtschaft und des Transportwesens, zeichnen sich die Bestrebungen und Ergänzungen des Schuman-Plans schon schärfer ab und haben zum Teil sogar schon konkrete Gestalt angenommen. Der «Schuman-Plan für die Landwirtschaft» sieht die Schaffung eines einheitlichen europäischen Marktes für die wichtigsten Agrarerzeugnisse und die Koordinierung der Agrarpolitik der europäischen Länder vor. An den Vorarbeiten für den «landwirtschaftlichen Schuman-Plan» waren im übrigen die landwirtschaftlichen Genossenschafter sowohl in Deutschland wie in Frankreich massgeblich beteiligt, wie dieser Plan, wenn er Wirklichkeit werden sollte, ja auch für die landwirtschaftlichen Genossenschaften von grosser Bedeutung sein wird.

Sind die Konsumgenossenschaften an einem europäischen Plan interessiert?

Wenn wir uns fragen: Können die europäischen Konsumgenossenschaften auch durch eine gemeinsame Initiative zur Schaffung eines geeinten Europas beitragen?, so müssen wir erst einmal die Vorfrage beantworten: Sind die europäischen Konsumgenossenschaften an einem einheitlichen Europa interessiert? Den freien Genossenschaftsbewegungen in den demokratischen europäischen Ländern dürfte die Beantwortung dieser Frage nicht schwer fallen. Dass der europäische Verbraucher zum Beispiel durch eine Reduzierung oder Beseitigung der Zollmauern zwischen den europäischen Staaten nur gewinnen kann, bedarf keines Beweises und keiner Erläuterung. Ebenso dürfte es klar sein, dass eine Erleichterung des Warenaustausches zwischen den europäischen Konsumgenossenschaftsbewegungen die Rentabilität vieler genossenschaftlicher Produktionsbetriebe günstig beeinflussen würde. Es gibt nun einmal eine ganze Reihe von genossenschaftlichen Produktionsstätten in Europa, die heute nicht voll ausgelastet sind, weil der organisierte heimische Markt zu eng ist. Schon diese beiden Gründe dürften genügen, um den Vorschlag eines konsumgenossenschaftlichen Schuman-Plans für die europäischen Bewegungen interessant zu machen.

Wir geben uns keinerlei Illusionen hin über die Schwierigkeiten, die der Durchführung eines solchen Planes im Wege stehen, aber welche starke und richtige Idee hätte vor Schwierigkeiten kapituliert und hätte sich nicht in die Wirklichkeit gewagt, wenn ihre «Kairos», ihre rechte Zeit, gekommen war? Und wann hätten je Genossenschafter auf die Verwirklichung einer guten

ORMIG vervielfältigt ohne Farbe und Matrize
vervielfältigt Bleistiftzeichnung und Maschinenschrift



- Mehrere Farben in einem Arbeitsgang
- Druck auf glattes Papier
- Absolut sauber und billig im Betrieb

Anwendungsmöglichkeiten:
Mitteilungen an Filialen, Monatsberichte, Umsatzlisten, Vorstandsmitteilungen

Generalvertretung für die Schweiz: H. Hüppi, Zürich, Birmensdorferstr. 13, Tel. 23 45 66

Tankanlagen
in jeder Grösse für alle, besonders auch für feuergefährliche Flüssigkeiten, Spezialausführung für Industrie und Garagen; Messapparate, Durchlaufzähler, Motorpumpen, Tankwagen-Ausrüstungen, Zubehör, Schläuche

Ölfeuerungen
halb- und vollautomatisch für Industrie und Privat

Hand-Feuerlöscher
in verschiedenen, bewährten Typen für alle Entstehungsbrände

Beratung und Angebot kostenlos

40jährige Erfahrung

BREVO
A.G. FÜR EXPLOSIONS- U. FEUERSCHUTZ
HORGEN (ZÜRICH) · TEL. 924.201

Idee verzichtet, nur weil sie erkämpft und erarbeitet werden musste?

Die wichtigsten Aufgaben

Was wäre nun die Hauptaufgabe eines «genossenschaftlichen Schuman-Plans»? Es kann hier natürlich kein solcher Plan in allen Einzelheiten entworfen und skizziert werden. Das müsste einem *Ausschuss* überlassen bleiben, in dem sämtliche europäischen Organisationen vertreten sind und der nach Möglichkeit eng mit dem IGB zusammenarbeiten sollte. Ohne auf Einzelheiten einzugehen, seien hier nur einige Probleme angedeutet:

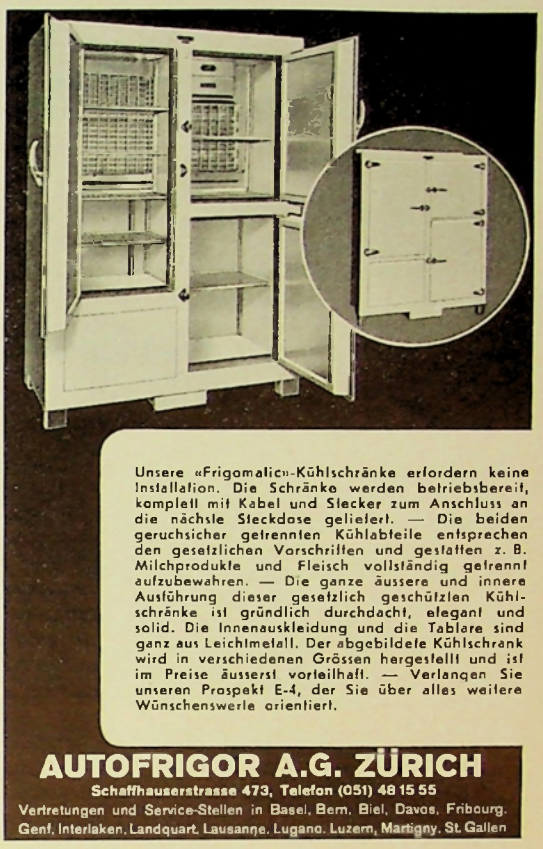
1. Es scheint wichtig, dass die Konsumgenossenschaftsorganisationen aller europäischen Länder sich eine möglichst *einheitliche Einstellung zur Handels-, Schutzzoll- und Agrarpolitik ihrer Regierungen* erarbeiten, und dass sie sich gegenseitig durch Material und Informationen in der Durchsetzung ihrer Forderungen gegenüber den Regierungen unterstützen. In diesem Zusammenhang könnte man auch an eine Koordinierung der Presse- und Aufklärungsarbeit auf diesem Gebiete denken.

2. Weiter scheint es uns notwendig, dass die europäischen Bewegungen und besonders ihre Grosseinkaufsgesellschaften sich Gedanken darüber machen, wie sie sich ihre Versorgungsaufgaben durch eine *Intensivierung des Güteraustausches* erleichtern können.

3. Ein weiteres Gebiet, auf dem eine europäische Zusammenarbeit, besonders der Grosseinkaufsgesellschaften, ausserordentlich fruchtbare Resultate haben könnte, ist das der *gemeinsamen Produktion*. Gegenwärtig bestehen Lieferbeziehungen zwischen einer Reihe von genossenschaftlichen Grosseinkaufs- und Produktionsunternehmen in einigen Ländern als Lieferanten, und Grosseinkaufsgesellschaften in anderen Ländern als Abnehmern. Diese Lieferbeziehungen könnte man sicherlich auch auf eine genossenschaftliche Basis stellen in dem Sinne, wie *Albin Johansson* es vor einiger Zeit in der genossenschaftlichen Zeitschrift «Vi» vertreten hat. Er meinte in diesem Aufsatz, dass es nicht richtig sei, wenn genossenschaftliche Fabriken durch ihre Lieferungen an die Privatwirtschaft verdienten und dass man sich einmal überlegen sollte, ob man der Privatwirtschaft, die hier als Verbraucher auftritt, nicht auch die Rechte von beteiligten Verbrauchern einräumen sollte. Wieviel mehr gilt das für *genossenschaftliche Bezieher!* Um an einem Beispiel zu verdeutlichen, wie wir Johanssons Ideen genossenschaftlich auslegen, sei hier einmal angenommen, dass die genossenschaftliche Oelmühle in Karlshamn, die KF, der schwedischen Grosseinkaufsgesellschaft gehört, sämtliche genossenschaftlichen Margarinefabriken in Europa mit den von ihnen benötigten Rohstoffen beliefern würde. In einem solchen Falle würde diesen Margarinefabriken, bzw. den Grosseinkaufsgesellschaften, denen sie gehören, ein entsprechender Anteil am Kapital und ein entsprechendes Mitbestimmungsrecht in den Organen der Oelmühle, die ja in Form eines selbständigen Tochterunternehmens von KF betrieben wird, einzuräumen sein, wobei man sich vorstellen könnte, dass dieses Beteiligungskapital erst allmählich durch Rückvergütungen angesammelt wird. Auf diese Weise würde die Oelmühle europäisch vergenossenschaftet werden können, und ein weit grösserer Teil ihrer ausserordentlich grossen Produktion, die weit über den Bedarf der schwedischen genossenschaftlichen Margarinefabrik und der Konsumgenossenschaften hinausgeht (ihr Wert belief sich im letzten Jahre auf 213 Millionen Kronen!), würde in genossenschaftliche Kanäle fliessen, als das bisher der Fall ist. (Gegenwärtig entfallen von dem Gesamtumsatz von KF und seinen Tochterunternehmungen weniger als 60% auf Lieferungen an die Genossenschaften.)

Ein anderes Beispiel: KF betreibt eine Registrierkassenfabrik, die in grossem Umfang exportiert. Auch diese Exporte könnten mindestens zu einem grossen Teil planmässig in genossenschaftliche Kanäle geleitet werden. Diese Beispiele könnten ad libitum vermehrt werden; sie sollten nur zeigen, dass es hier Möglichkeiten für eine europäische Zusammenarbeit gibt, die zum grossen Teil noch gar nicht erkannt worden sind, geschweige denn systematisch ausgeschöpft werden.

Die Genossenschaften werden die Chance der Zusammenarbeit freilich nur dann richtig nützen können, wenn sie von einem *gesamteuropäischen Genossenschaftsinteresse* ausgehen und *nicht von dem Sonderinteresse einer einzelnen Bewegung*. Wenn sie das aber tun, dann werden sie wesentlich zur Entwicklung eines europäischen Gemeinschaftsbewusstseins und einer gesamteuropäischen sozialen Wirtschaftsordnung beitragen können.



Werben und verkaufen eine Kunst

XI.

Die Wichtigkeit des Verkäufers als Person

Von Privatdozent Dr. Paul Reiwald

Zu den grössten Hindernissen für den Verkauf in einem bedeutenden Betrieb gehört das Gefühl, das viele Verkäufer haben: Es kommt ja gar nicht auf mich und meine Tätigkeit an. Sehe ich nicht, so sagen sie sich, dass, wenn Hochkonjunktur ist wie jetzt, das Geschäft gewissermassen von allein geht und dass meine Anstrengungen keinen Käufer mehr herbeilocken können, wenn es zu einer Wirtschaftskrise kommt? Was kann es da schon zählen, ob ich ein wenig freundlicher oder gewandter bin, ob ich mir mit dem Käufer Mühe gebe oder nicht?

Nun sind weder Hochkonjunktur noch Krisenzeiten Dauerzustände. Aber auch in Zeiten eines «booms» kommt es darauf an, dass das Geschäft seinen Ruf aufrechterhält. Es muss heissen: die Bedienung ist vorzüglich. Das Verkaufspersonal zeigt einem hier nicht gleichgültige oder gar hochmütige Gesichter. Dann verlieren die Konsumenten nicht die Lust, hier weiter zu kaufen, wenn die Auswahl grösser und sie freier sind. In kritischen Epochen aber hängt tatsächlich der Gang des Geschäftes von dem vollen Einsatz jedes einzelnen ab. Wir weisen hierfür nochmals auf das eindrückliche Beispiel hin, das wir früher in anderem Zusammenhang gegeben hatten («Die Verjüngungsoperation im Betrieb»), die Rettung der grossen Gewürz- und Spezereifirma Mc Cormick & Cie. durch die überdurchschnittlichen Leistungen des Personals, nicht zuletzt der Verkäufer. Es war der Chef, der sie dazu zu bringen vermochte.

Es kommt im Betrieb auf *jeden* an, und selbstverständlich auch in hohem Masse auf den Verkäufer. Es gehört zu den wichtigen Aufgaben der Leitung, mit dieser Ueberzeugung alle zu durchdringen und dem einzelnen das Gefühl zu nehmen, als ob es letzten Endes gleichgültig sei, ob er gut arbeite oder nicht, wenn er nur seinen Lohn oder sein Gehalt erhält.

Leider gibt es genügend Beispiele dafür, dass die Leitung ihre Aufgabe in dieser Hinsicht verkennt oder vernachlässigt. In einer Schrift über Personalführung wird der folgende bezeichnende Fall berichtet:

«Eine Vereinigung von Detailgeschäften liess vor einiger Zeit einen Kurs über Verkaufskunst durchführen. Von den über hundert Prinzipalen fanden es nur elf notwendig, selber den Kurs zu besuchen. Alle anderen glaubten offenbar, es genüge, das Personal daran teilnehmen zu lassen. Die erschienenen Prinzipale erklärten am Schlusse des Kurses, dass es gerade die fehlenden Herren am notwendigsten gehabt hätten, zuerst selbst einen solchen Kurs zu besuchen, bevor sie ihr Personal zur Ausbildung schickten.»

Und selbst wenn sie es nicht notwendig gehabt hätten, möchte man hinzufügen, wäre ihr Erscheinen durchaus am Platze gewesen. Denn dadurch hätten sie ihren Verkäufern einen ganz anderen Begriff von der Bedeutung des Kurses und der Bedeutung der Verkaufstätigkeit gegeben. Sie hätten, worauf es so sehr ankommt, ihr Selbstgefühl als Verkäufer erheblich gestärkt.

In manchen Warenhäusern kann man an dem gleichgültigen, ja widerwilligen Verhalten der Verkäuferinnen sofort erkennen, dass das Gehalt wahrscheinlich niedrig und die Fürsorge für das Verkaufspersonal gering sein muss. Offenbar ist der Grundgedanke hier der, dass der niedrige Preis allein das Publikum interessiere, dass ihm aber die Bedienung ganz gleichgültig sei. Wie stets ist die falsche menschliche Einstellung auch eine wirtschaftliche Fehlrechnung. Die Bilanzen mögen gut aussehen; sie würden noch besser sein, wenn die Verkäuferinnen etwas anderes sein würden als mürrische, unzufriedene Bedienungsstellen.

Ganz verfehlt wäre es, zu glauben, dass ein Verkäufer — und das gleiche gilt von jedem Angestellten und Arbeiter —, dem seine Arbeit wichtig ist und der auf seinen Erfolg stolz ist, nun sofort anspruchsvoller wird und glaubt, seine Wichtigkeit in Lohn- und andere Forderungen umsetzen zu müssen. Selbstverständlich gibt es solche Fälle, aber sie bilden die Ausnahme. Man muss zum Beispiel einmal beobachten, wie viel mehr Mühe sich die Verkäuferin in einem Konfektionsgeschäft gibt, wenn der Chef gerade an der Kasse steht und sie beobachten kann. Was dann spielt, ist der berufliche Ehrgeiz und der Wunsch, sich unter den Augen des Chefs auszuzeichnen. —

Es macht in der Regel gar keine Schwierigkeiten, diesen natürlichen Ehrgeiz zu wecken. Geholfen ist damit beiden, dem Betrieb und dem Angestellten. Denn um wieviel anders sieht für ihn die Arbeit aus, die von einer Art sportlichem Ehrgeiz getrieben wird. —

Es gibt aber noch eine andere Art, die enge Verbindung zwischen Geschäftsleitung und Verkaufspersonal herzustellen. Da ist zuerst wichtig, dass Verkäufer und Verkäuferin auch einmal an anderen Abteilungen interessiert werden, zum Beispiel aufgefordert werden, Vorschläge für die Dekoration von Schaufenstern zu bringen. Das führt sofort über den streng umgrenzten Kreis der eigentlichen Verkaufstätigkeit hinaus und kann sehr

hübsche Anregungen für die Dekoration bringen. Denn die Verkäufer sind es ja schliesslich und nicht der Dekorateur, die in unmittelbarem Kontakt mit dem Publikum stehen, die am ersten wissen oder wissen sollten, was verlangt wird und was die Konsumenten am meisten interessiert. Eine solche Aufforderung enthält an sich schon eine soziale Anerkennung und zeigt dem Verkäufer oder der Verkäuferin, dass ihr Rat gewünscht oder gesucht wird.

Die Sache kann aber noch viel weiter gefördert werden. Es ist selbstverständlich, dass man für den besten Vorschlag eine kleine Belohnung ausstellen sollte. Wenn zum Beispiel gelegentlich eines kleinen Ausflugs dem Sieger vom Chef oder Abteilungsleiter eine kleine Dekoration mit einer launigen Ansprache überreicht wird, so wird das eine ausgezeichnete Wirkung tun, bei dem Verkäufer selbst wie auch bei seinen Kollegen oder Kolleginnen. —

Es ist wirklich merkwürdig, wie unentwickelt im grossen und ganzen der Sinn dafür ist, kleine Auszeichnungen zu erdenken, die die persönliche Verbindung mit dem Betrieb und seinen Leitern stärken. In den Demokratien, besonders in der Schweiz und in den Vereinigten Staaten, ist der Sinn für Orden und Auszeichnungen sehr wenig bekannt. Es war eine ganz besondere Kenntnis der französischen Psychologie, die Napoleon zur Gründung der Légion d'honneur veranlasste. Man macht sich schwerlich eine Vorstellung, welche Wirkung der Wunsch, das rote Bändchen im Knopfloch zu tragen, noch heute nach 150 Jahren auf viele Franzosen hat und den Antrieb zu wichtigen und wichtigsten Leistungen bildet.

Aber wenn auch in den übrigen Demokratien der Orden keine oder nur eine geringe Rolle spielt, ist das Verlangen nach sozialer Auszeichnung überall rege. Die Titelsucht ist nirgends unbekannt, und der Wunsch der Frauen als Frau Doktor oder Frau Oberpostrat angeredet zu werden, zeigt zur Genüge, dass die Forderung der Gleichheit den Wunsch, noch ein klein bisschen mehr und Besseres als die andern sein zu wollen, nirgends erstickt hat. Am allerwenigsten im Betrieb und zumal in der Verkaufsabteilung. Das Bedürfnis, sich auszuzeichnen, ist so natürlich und steckt so tief im Menschen drin, dass es wahrhaftig keines Uebermasses an Erfindungsgabe bedarf, um ihm Gelegenheit zu geben, sich geltend zu machen. Das ist aber auch wiederum der Weg, um mit der Leitung in Kontakt zu kommen und Arbeitern und Angestellten Gelegenheit zu geben, sich, wenn auch in noch so bescheidenem Masse, mit ihr zu identifizieren. «Jeder Soldat trägt den Marschallstab im Tornister», war ein Lieblingsspruch Napoleons, mit dem er nicht zuletzt seine Soldaten zu unerhörten Leistungen brachte. Ganz Aehnliches gilt im Betrieb. Auch dort müssen die Angehörigen des Betriebs, zumal aber die, die in ständigem Kontakt mit dem Publikum sind, das Gefühl haben, dass ihre gute oder ausgezeichnete Leistung nicht übersehen, dass sie beachtet und gewürdigt wird. Sie brauchen keinen erhöhten Lohn, aber sie müssen unbedingt einen Zuwachs an sozialem Prestige gewinnen.

Eine solche Arbeitspsychologie, die den Betrieb beherrscht, wird ihm in wirtschaftlicher Beziehung ebensoviel geben wie den Betriebsangehörigen in menschlicher Beziehung.

Auch für Sie arbeiten

SAURER - FAHRZEUGE

rasch, zuverlässig und wirtschaftlich

SAURER

Gegründet 1853

Lastwagen 1½ bis 10 Tonnen Nutzlast

Chassis und Karosserien für alle Spezialzwecke

Dieselmotoren 25 bis 700 PS, für Fahrzeuge und stationäre Zwecke

AKTIENGESELLSCHAFT ADOLPH SAURER, ARBON

Reparaturwerkstätten und Ersatzteillager in Arbon, Basel, Morges, Zürich

Der Artikel in Nr. 17 über die mustergültige Organisation der Ausgleichskasse V. S. K., Basel, gibt einen Begriff von der Wirtschaftlichkeit der zweckmässig eingesetzten Adressiermaschine. Wir freuen uns, dass es ein «Addressograph» ist, der zum vollen Gelingen des Ganzen beiträgt.

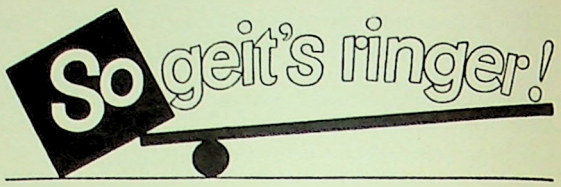
Der «Addressograph» leistet auch auf anderen Gebieten innerhalb der Genossenschaft Dienste: als Helfer bei der Werbung, im Zahltagswesen und als eigentliche Textdruckmaschine für das Beschriften von Papiersäcken, Tüten und anderen Verpackungsmaterialien. Es gibt verschiedene Schriftarten; Text-, Gewicht- und Preisangaben sind nach Bedarf auswechselbar. Auch Kleinmodelle in niedriger Preislage.

Verlangen Sie Referenzen und Auskunft!

Addressograph

Addressing Machines Co., Ltd., Zürich

Sihlstrasse 34, Telephon (051) 25 24 83



Die gute Nachrede

Wer es mit der bösen oder üblen Nachrede zu weit treibt, der läuft Gefahr, vor Gericht zu kommen und empfindlich gebüsst zu werden. Wer es hingegen mit der guten Nachrede zu weit treibt, dem wird nichts, wenigstens nichts Böses geschehen. Denn man kann im Grunde genommen die gute Nachrede nicht zu oft üben. Und sie wird — leider — auch zu selten geübt!

Wie schnell sind wir doch bereit, Nachteiliges weiterzutragen, daraus einen, wenn auch noch so geringen, persönlichen Nutzen zu ziehen! Und wie schwer fällt es uns, andern Menschen gegenüber gerecht zu sein und zuzugeben, dass sie gewisse Dinge eben besser können als wir! Gewiss, wir billigen vielleicht einem Fachmann ein ganz bestimmtes Können zu, das wir nicht zu erreichen vermögen, aber wir scheuen uns, Gleichgestellten ein Lob zu spenden und einzugestehen, dass sie uns überlegen sind.

Genau so, wie man die Neigung zur üblen Nachrede eine Charakterschwäche nennen kann, darf man das Talent, Gutes nachzureden als *Charakterstärke* bezeichnen; denn es liegt eben in der menschlichen Veranlagung, immer eher das Ungute als das Gute zu tun. Und wer sich schon zum guten Nachreden erzogen hat, der darf auch einigermassen stolz auf diese Fähigkeit sein. Die gute Nachrede kann man nämlich nur üben, wenn man sich dessen bewusst wird, was der andere besser gemacht hat. Um aber zu wissen, was besser ist, muss man sich selbst wieder bewusst sein, was man selbst nicht so gut leisten oder zu tun vermag. So ist es also in erster Linie eine ehrliche Selbsterkenntnis, die uns befähigt gute Nachrede zu üben. Darum aber ist die gute Nachrede auch ein Zeichen gereifter Persönlichkeit und ausgeglichenen Wesens.

Wer heute in unserer zerrissenen Welt seinen persönlichen Beitrag zur Besserung leisten will, der beginne mit der guten Nachrede. Wohl erkenne man das Ungute, doch man stelle ihm daheim, im Geschäft und in den grossen Weltläufen auch das Gute gegenüber, was zwar nicht so leicht, dafür aber um so verdienstvoller sein wird. Auch wenn es uns schliesslich nicht gelingen sollte, Meister der guten Nachrede zu werden, so können wir doch — und das wäre schon sehr viel — die Fähigkeit der *wahren* Nachrede erlangen. Denn schon nur wahr etwas nachzureden, nur wahr zu bleiben bei dem, was man andern Menschen mitteilt und wahr zu bleiben in seinem Urteil über eigene und andere Dinge, ist eine hohe Kunst, die, vermöchten wir sie alle zu beherrschen, unendlich viel Gutes wirken würde auf unserer Erde.

Nehmen wir uns also morgen, nein, heute noch vor, einmal von der nicht ganz guten Nachrede abzusehen und über unsere Mitmenschen wenigstens wahr und vielleicht gut zu urteilen, ihnen Besseres oder gar Gutes nachzureden!

Gy.

Ein deutscher Verbandstag

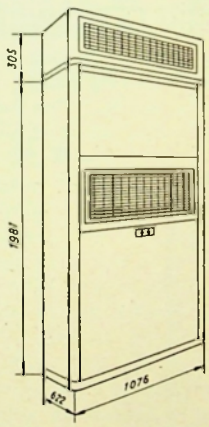
Die Organisation der deutschen Konsumgenossenschaften unterscheidet sich sehr stark von derjenigen der Schweiz, indem dort den fünf Landesverbänden eine weit grössere Bedeutung zukommt, als unsern zwölf Kreisverbänden. In der Tat stellen die erwähnten Landesverbände nicht nur Zusammenschlüsse zur Wahrung regionaler Interessen und zur Vorbereitung der Geschäfte des Zentralverbandes dar, sondern sie haben auch Funktionen, die ihnen von den Behörden übertragen worden sind, vor allem die *Bilanzprüfung* der ihnen angeschlossenen Genossenschaften. Monatlich haben diese dem Verband ihre Bilanz zur Verfügung zu stellen. Daneben haben sie selbstverständlich auch die Aufgabe, die Interessen der ihnen angeschlossenen Genossenschaften gegenüber den Länder- und eventuell Bezirksbehörden zu vertreten, wobei besonders noch hervorzuheben ist, dass die *Mitgliedschaft* für die im Verbandsgebiet liegenden Konsumgenossenschaften *obligatorisch* ist. «Wilde» Konsumgenossenschaften — gleiches gilt übrigens auch für die andern Genossenschaftsarten — gibt es demnach in Deutschland nicht mehr.

Noch steht die deutsche Genossenschaftsbewegung, wie wir das wiederholt schon gezeigt haben, vor grossen Schwierigkeiten, so vor allem in bezug auf die Frage des *Verkaufs an Nichtmitglieder*, der den Genossenschaften heute noch in Abweichung vom deutschen Genossenschaftsgesetz gestattet ist, auf 31. Dezember 1951 aber aufgehoben werden soll. Das stellt alle deutschen Konsumgenossenschaften vor nicht leichte Probleme, indem bis heute die Gesamtzahl der Mitglieder in der Bundesrepublik noch nicht ganz 1,5 Millionen erreicht hat, während sie früher — die heutige Ostzone allerdings einbezogen — rund 4 Millionen betrug.

Der Verkauf an die Mitglieder beträgt heute bei den dem württembergisch-badischen Verband angeschlossenen Konsumgenossenschaften ungefähr 85% des Gesamtumsatzes, so dass eine der Hauptaufgaben, vor die sich diese Genossenschaften heute gestellt sehen, die ist, die Mitgliederzahl so rasch als möglich zu steigern, um nicht mit der eventuellen Wiedereinführung des Verbots des Verkaufs an Nichtmitglieder auf Ende Dezember Umsatzrückgänge in Kauf nehmen zu müssen.

Ein anderes, nicht weniger wichtiges Problem stellt naturgemäss für alle deutschen Konsumgenossenschaften dasjenige der *schmalen Eigenkapitalbasis* dar, indem nach den Zerstörungen des zweiten Weltkrieges und nach der Verarmung Deutschlands es ausserordentlich schwierig hält, die notwendigen Mittel von den Mitgliedern zu erhalten. Im württembergisch-badischen Verband erreicht der vom Mitglied zu übernehmende Anteilschein den Betrag von 30 DM, auf den bis heute im Durchschnitt jedoch erst 4,45 DM einbezahlt worden sind.

Der Gesamtumsatz der dem mehrfach erwähnten Verband angeschlossenen 43 Konsumgenossenschaften hat im vergangenen Jahr die Summe von 140 Millionen DM erreicht und war damit um 28,2 Millionen oder 26% höher als im Jahre 1919. Von den 1064 Filialen entfallen 1037 auf solche für allgemeine Waren, von denen zwei Selbstbedienungsläden sind. Das Verbandsgebiet zählt 570 Ortschaften mit genossenschaftlichen Filialen.



Curtis

Luftkonditionierung

reinigt
kühlt und
entfeuchtet

die Raumluft im Sommer.

Es bedeutet dies:

Verhütung von Warenverderb
Erhöhung der Kauf- und Verkaufslust
Vermehrte Geschäftsfrequenz

Wir studieren Ihr Problem und unterbreiten Ihnen gerne unverbindliche Vorschläge. Kataloge und erstklassige Referenzen stehen Ihnen zu Diensten.

WALTER HÄUSLER & CO., ZÜRICH

Spezialingenieurfirma für Luftkonditionierung, Lüftung und Luftheizung. Telephon (051) 34 13 39

Gründlich prüfen!

Was Sie kaufen, möchten Sie vorher auf Herz und Nieren prüfen. Wir stellen Ihnen die PRECISA gerne einige Tage kostenlos zur Verfügung. So lernen Sie sie kennen und schätzen. Sie können die Precisa aber auch mieten. Sie riskieren dabei nichts, denn bei späterem Kauf wird der aufgewendete Betrag voll angerechnet.

Schweizer Fabrikat

Precisa

Generalvertretung
für die Schweiz:

Ernst Jost AG

Sihlstrasse 1 / Zürich 1
Telephon (051) 27 23 10

Dem Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften in Hamburg waren demgegenüber im Jahre 1950 295 Konsumgenossenschaften angeschlossen, die einen Gesamtumsatz von 842 Millionen DM oder 125 Millionen mehr (= + 17,5%) in ihren 6489 Filialen erzielt haben.

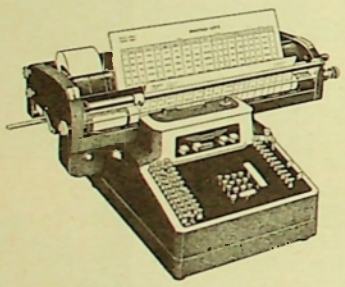
Im Verbandsgebiet zählte man 1950 rund 210 000 Mitgliederfamilien oder rund 70 000 mehr als im Jahre 1949. Verglichen mit den Zahlen von 1930 war es bis 1949 gelungen, wiederum 56% der Mitgliederzahl von 1930 zu organisieren. Dieses Verhältnis stieg im vergangenen Jahre weiter an, so dass heute wiederum 80% der seinerzeitigen Mitgliederzahl erreicht werden konnte.

Ein ganz grosses Problem für die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung bildete seit ihrer Neugründung im Jahre 1945 und bildet noch heute die Vermögensrückübertragung vom früheren Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront, das während des Krieges von den Nationalsozialisten ins Leben gerufen worden war. Das gesamte, den Konsumgenossenschaften ganz Deutschlands zustehende Vermögen ist seinerzeit auf 321 Millionen Mark berechnet worden, von dem ziemlich genau die Hälfte auf die heutige Bundesrepublik entfallen. Es wird noch einiger Zeit bedürfen, bis die Rückübertragung an die neugebildeten Konsumgenossenschaften vollzogen ist, und heute noch ist auch in den Gebieten Süddeutschlands dieser Prozess nicht vollständig abgeschlossen.

*

Das sind einige Schlaglichter, die es ermöglichen, die gegenwärtige Lage der westdeutschen Konsumgenossenschaftsbewegung und besonders auch des Verbandes, der der Schweiz am nächsten liegt, einigermassen zu erkennen. Wenn man darüber hinaus bedenkt, dass früher ungefähr 10% des gesamten Kleinhandelsumsatzes von den deutschen Konsumgenossenschaften vermittelt worden sind, währenddem es heute nur noch 5% sind, so wird der Rückschlag, den das Dritte Reich für die Konsumgenossenschaften bedeutete, klar ersichtlich. Wo aber Probleme auftauchen und wo Schwierigkeiten sind, da erwecken sie auch Kräfte, sie zu meistern und ihnen zu begegnen. Das ist das Erfreulichste vielleicht an der neuerstandenen deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung, dass da Männer am Werke sind, die mit Entschlossenheit den Neubau der ganzen Bewegung in Angriff genommen haben und die bis heute schon, getragen von einer wachsenden Mitgliederzahl, auf Erfolge hinweisen dürfen.

Von den erzielten Erfolgen, auf die wir ja schon wiederholt hingewiesen haben, wollen wir hier im einzelnen nicht sprechen. Dagegen lässt sich das segensreiche Wirken der Genossenschaftsbewegung an einigen statistischen Gegenüberstellungen erkennen. So hat zum Beispiel die Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumgenossenschaften (GEG) vor kurzem in zwei deutschen Universitätsstädten, von denen die eine über eine lokale Genossenschaft verfügt, während sie in der andern fehlt, Untersuchungen durchgeführt und dabei festgestellt, dass die Preise im Durchschnitt in der zweiten Universitätsstadt um 10 bis 13% höher waren als in der ersten. Ebenfalls ist auf Grund des Haushaltbedarfes an 60 Artikeln nachgewiesen worden, dass beim Kauf in der Genossenschaft Ersparnisse von durchschnittlich 7,5% erzielt werden können. Schliesslich hat man berechnet, dass dank der Eigenproduktion von fünf der insgesamt über 30 GEG-Fabriken dem Konsu-



UNDERWOOD SUNDSTRAND

Buchhaltungsmaschinen

eignen sich in hervorragender Weise
zur Führung der Filial-Kontokorrente

SYSTEMA AG.

ZÜRICH, SEILERGRABEN 1

Büro Bern: Monbijoustr. 67, Tel. (031) 5 60 26
Fil. Basel: Wartenbergstr. 20, Tel. (061) 5 03 50

VOLLAUTOMATISCHE TÜRBETÄTIGUNGEN
FERME-PORTES AUTOMATIQUES

Royal
CO. AG. S.A.
ZÜRICH

KREUZPLATZ TEL. 051 32 73 55

menten der Bundesrepublik nicht weniger als 4,5 Millionen DM erspart worden sind. Das sind Zahlen, die von der grossen Leistungsfähigkeit einer Bewegung sprechen, die sich wieder zu entfalten beginnt und die bei steter Weiterentwicklung in absehbarer Zeit wiederum ihren Stand von 1930 erlangt haben dürfte. Auf alle Fälle betrachten die deutschen Genossenschafter das bisher Erreichte nur als einen Anfang und sind entschlossen, in der Richtung des besseren Schutzes der Konsumenteninteressen weiterzuarbeiten.

*

Diese Entschlossenheit kam deutlich zum Ausdruck an der jüngst in *Schwäbisch Gmünd*, etwa 50 Kilometer südöstlich von Stuttgart, abgehaltenen fünften Verbandstagung württembergisch-badischer Konsumgenossenschaften, an der der Berichterstatter teilzunehmen Gelegenheit hatte. In der berühmten Stadt der Gold- und Silberschmiede, die heute unter der Not der Zeit deshalb besonders zu leiden hat, weil die Kaufkraft der deutschen Bevölkerung für die Luxusgegenstände, die dort erzeugt werden, nicht mehr ausreicht, so dass auf 35 000 Erwerbstätige des ganzen Bezirks heute nicht weniger als 28 000 Unterstützungsempfänger entfallen, trat die Versammlung zur Behandlung üblicher Jahresgeschäfte zusammen, über die wir im übrigen hier nicht berichten wollen. Berichten hingegen möchten wir über den Eindruck, den uns die Tatsache machte, dass hier an der Tagung nicht nur die wirtschaftlichen und kommerziellen Probleme eifrig besprochen wurden, sondern dass man sich ebenso auch mit der ideellen Seite unserer Bewegung beschäftigte. Die einzelnen Landesverbände wollen ja bewusst nicht nur als Bilanzprüfer und Interessenwahrer, sondern auch als Förderer des genossenschaftlichen Gedankengutes wirken, und sie legen besonderes Gewicht auf die ideelle Erfassung der Mitglieder. Das bietet heute deshalb nicht leicht zu überwindende Schwierigkeiten, weil schon der Eintritt in eine Organisation auf gewisse Widerstände stösst, geschweige denn das Bekenntnis zur Idee. Und die Widerstände sind vielleicht nicht ganz unbegreiflich, wenn man bedenkt, dass während Jahren ein Teil der Deutschen in Organisationen hineingezwungen wurde und damit oft widerwillig zum Mitträger später verfemten Gedankengutes wurde. Wenn trotzdem die Mitgliederzahl, wie wir gesehen haben, stieg, so ist das ganz einfach auf die nicht unerheblichen Vorteile zurückzuführen, die die Genossenschaften schon heute wieder ihren Mitgliedern zu bieten vermögen.

Als Gesamteindruck dieser Tagung darf festgehalten werden, dass die süddeutsche Konsumgenossenschaftsbewegung, begierig auch von andern zu lernen, sich wieder zu entfalten beginnt und dass über kurz oder lang sie auf ihrer neuen unpolitischen Grundlage, und damit weitere Schichten umfassend als das früher möglich war, wieder zum massgebenden Vertreter des Konsumenten und damit zum Schützer legitimer Interessen des kleinen Mannes wird. In dieser Arbeit, die mit der Tätigkeit der Genossenschaften in der Schweiz übereinstimmt, möchten wir unsern deutschen Genossenschaftsfreunden allen Erfolg wünschen, der sich mit der Hoffnung verbindet, es werde nicht nur die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung, sondern Deutschland überhaupt über kurz oder lang wieder einen geachteten Platz in der internationalen Bewegung und im Schosse der freiheitlichen und friedliebenden Völker Westeuropas einnehmen.

M.

Aus unserer Bewegung

Derendingen. Unsere Mitgliederreise mit Extrazug nach den Borromäischen Inseln, Pallanza und Stresa, am 20. Mai, war ein voller Erfolg.

250 Angehörige aus Mitgliederfamilien nahmen an dieser Reise teil, man hört heute nur ein Lob und eine Begeisterung über das gute Gelingen und die vorzügliche Abwicklung. Sonntag morgen um 5 Uhr, welch frohe Gesichter am Bahnhof beim Eintreffen unseres Extrazuges mit auffallenden Anschriften in unseren Orangefarben: *«Jubiläumsreise der Konsumgenossenschaft Derendingen und Umgebung, 50 Jahre Konsumgenossenschaft.»*

Wenn auch der trübe Himmel nicht einen schönen Tag versprach, so litt doch der Humor deswegen nicht. Die volle Erwartung von «Vielen», einmal ausser Landes gehen zu können, weil so etwas bei ihnen bis heute noch nie möglich war, hiess für sie Sonnenschein und Freude. In schneidiger Fahrt nach Thun, durchs Kandertal, Lötschberg—Brig—Simplon—Domodossola, wo auch der kurze Regen keinen Abbruch an der guten Stimmung zuwege brachte, ging es weiter nach Baveno. Schon lichtete sich der Himmel bei der wundertschönen Ueberfahrt mit dem Extraschiff, sommerlich warmes Wetter empfing uns gar bei der Ankunft auf der verträumten schönen *Isola Bella*. Welches Staunen bei der Besichtigung des Palastes und der zauberhaften Gärten. Einmal muss man diese Pracht und diese Fülle an Kunstwerken und südländischen Pflanzen gesehen haben.

Die Weiterfahrt mit einem Extraschiff nach Pallanza liess wie ein schöner Film die Borromäischen Inseln vorüberziehen, ein Schauen und Staunen ohne Ende, so dass sogar der bereits aufsteigende Hunger für einige Zeit vergessen wurde. Ein vorzügliches Mittagessen in einem erstklassigen Hotel, bei einem ausgezeichneten Südländertropfen entfaltete die gute Stimmung noch besser.

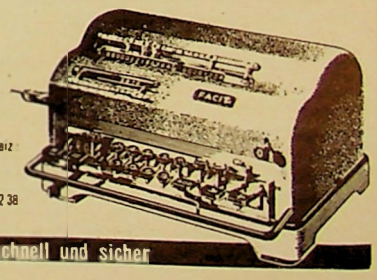
Die Jubiläumsansprache des Verwalters ermöglichte einen Einblick in das Entstehen, Werden und die Entwicklung der Konsumgenossenschaft Derendingen und Umgebung. Die Gründung, mit den Mühen und der Aufopferung, der unerschrockenen Hal-

Können Sie gleichzeitig rechnen und telephonieren?

Mit Facit wird dies ohne weiteres möglich, da diese kleine schwedische Rechenmaschine ausserst rasch und geräuscharm arbeitet und bloss mit der linken Hand bedient werden muss. Mit ihrem einfachen 10-Tasten-System beherrscht sie die 4 Operationen.

Wählen Sie

FACIT



Generalvertretung für die Schweiz:
G. B. GUJONI
Zürich, Löwenstr. 11, Tel. 23 82 38

Facit rechnet alles schnell und sicher

tung und der grossen Arbeit unserer Gründer, den Freuden und den Fehlschlägen und der vorzüglichen Entwicklungen der Gegenwart wurden aufgezeichnet, und der Mitgliedschaft für ihre treue, genossenschaftsfreudige Gesinnung der wohlverdiente Dank abgestattet. 50 Jahre Konsumgenossenschaft mit Erfolg, Leid und Sorgen, aber nur noch Erfolg in den folgenden 50 Jahren, verbunden mit grosser Arbeit und grossen Aufgaben zum Wohle der Mitglieder, ist unser heutiger Wunsch.

Leider sind solch schöne Stunden immer schnell vorbei. Bald heisst es aufbrechen. Weiter geht es mit dem Schiff über den schönen See nach Stresa, zur letzten Station unserer Reise. Nach etwa einstündigem Aufenthalt in Stresa, dieser Stadt mit den vielen Sehenswürdigkeiten, welche geschichtliche Berühmtheit erlangt hat, heisst es nun endgültig Abschied nehmen. Abschied von diesem schönen Flecken Erde.

In fünfeinhalbstündiger Fahrt mit unserem Extrazug kehrten wir wieder mit viel neuen Eindrücken in unsere lieben Dörfer zurück.

Es war ein Anfang und ein Versuch, zwischen der Mitgliedschaft, der Verwaltung und dem Personal ein engeres Band zu knüpfen. Dieser Versuch ist ausgezeichnet gelungen. Unsere Mitglieder wünschen auch in Zukunft, dass solche verbilligte Reisen ausgeführt werden. Unsere Verwaltung wird diesem Wunsche sicher gerne nach Möglichkeit entsprechen. Der «Popularis» danken wir für die vorzügliche Organisation. W. S.

Landquart und Umgebung. *Studienzirkel des Allg. Konsumvereins Landquart.* Der Aufruf der Abteilung Presse und Propaganda des V. S. K. zur Durchführung eines genossenschaftlichen Studienzirkels verhallte im Jahre 1950 nicht wirkungslos. Nachdem ein Mitglied des Verwaltungsrates während des Sommers an einem Studienzirkelleiterkurs in Basel teilgenommen hatte, konnte auf den Herbst mit dem Versuch, Mitarbeiter zu gewinnen, gestartet werden. Die zwei rührigen Organisationen, der Genossenschafterinnenverein und der Arbeiterbildungsausschuss, stellten das Hauptkontingent der 26 Angemeldeten.

Der erste Abend vereinigte am 20. Oktober 1950 die Teilnehmer im Schulhaus. Trotzdem für manche das Thema: «Die Grundsätze der Redlichen Pioniere von Rochdale», vielleicht etwas fremd und trocken schien, war es gegeben, dem Zirkel erstmals einen gründlichen Einblick in die Entwicklung der Genossenschaft im allgemeinen und der heutigen Form im besondern zu vermitteln. Die Bearbeitung des Stoffgebietes nach der Broschüre von Hans Handschin konnte in sechs Abenden durchgeführt werden, da manche Themen den örtlichen Verhältnissen entsprechend ausgewertet wurden. Während neben der Einführung das erste und letzte Thema durch den Zirkelleiter bearbeitet wurden, stellten sich erfreulicherweise für die übrigen Abschnitte ausnahmslos die Mitarbeiter zur Verfügung, und zwar sowohl Frauen als auch Männer. Auch die Diskussionen kamen erfreulich in Fluss, besonders wenn es sich um Fragen handelte, die hauptsächlich das örtliche Interesse berührten, so dass manche Abende ziemlich stark belastet wurden. Trotz der ungesunden Witterung durften wir mit der Besucherfrequenz zufrieden sein. Wenn man auch Absenzen aus gesundheitlichen Gründen in Kauf nehmen musste, so ergab sich doch eine durchschnittliche Teilnehmerzahl von 17 Personen.

Die Behandlung der Themata erfolgte nicht nach der in der Broschüre vorgesehenen Reihenfolge. Doch hatte dies auf den Zusammenhang der Abende keinen Einfluss, da stets ein verbindender Uebergang gefunden wurde.

Begreiflicherweise sollte der Schlussabend der Studiengruppe eine besondere Ueberraschung bieten. Die Verwaltung bestellte im alkoholfreien Volkshaus einen duftenden Kaffee und lieferte aus dem eigenen Betrieb wohlschmeckendes Gebäck. Bei fröhlicher Stimmung durften wir die genossenschaftlichen Studienabende für den Winter 1950/51 beschliessen. An dieser Stelle sei allen Mitarbeiterinnen und Studiengenossen für das Interesse und die Arbeit der wohlverdiente Dank ausgesprochen. Möge sich für den kommenden Winter wieder eine eifrige Gruppe zur genossenschaftlichen Bildungsarbeit zusammenfinden. N.

Druckerei und Administration: Basel, St.-Jakobs-Strasse 175, Postfach Basel 2

Inseratenannahme:

Inseratenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18
Telephon (022) 5 10 54

Insertionstarif:

Annoncen 60 Rp. per Millimeter bei 40 mm Breite
Reklamen Fr. 1.50 per Millimeter bei 83 mm Breite
Kleine Anzeigen 15 Rp. per Wort, Inserate unter Chiffre Fr. 1.— Zuschlag

Bibliographie

Die Berufsberatung im Jahre 1950. Nach der soeben in der «Volkswirtschaft» veröffentlichten Statistik des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit behandelten die 308 offiziellen und im Schweizerischen Verband für Berufsberatung und und Lehrlingsfürsorge zusammengeschlossenen Berufsberatungsstellen im Jahre 1950 insgesamt 40 300 Berufsberatungsfälle gegenüber 39 782 im Vorjahr. Auch die Zahl der Placierungen in Lehrstellen ist von 14 216 im Vorjahr auf 14 538 weiterhin angestiegen. Ausserdem wurden 10 294 Jugendliche in Berufs- und Mittelschulen, Arbeit- und Anlernstellen, Vorlehren und ähnliche Zwischenlösungen wie Landjahr oder Welschlandaufenthalt vermittelt. Wie im Jahre 1949 haben sich im gesamtschweizerischen Durchschnitt 47 Prozent der im Berichtsjahr aus der obligatorischen Schulpflicht Entlassenen der individuellen Berufsberatung unterzogen. Diese Ergebnisse stellen absolut und prozentual zur Zahl der Schulaustretenden Höchstwerte seit Bestehen der eidgenössischen Berufsberatungsstatistik dar. Der letztes Jahr eingetretene starke Aufschwung um 4500 Ratsuchende war also erfreulicherweise keine Ausnahmeerscheinung.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Wir suchen für unser Hauptgeschäft (Gemischtwarenladen) eine tüchtige **Verkäuferin.** Eintritt 15. Juni oder 1. Juli, je nach Vereinbarung. Offerten mit Zeugnisabschriften, Photo und Lohnansprüchen sind sofort an die Verwaltung des Konsumvereins Netstal (Glarus) zu richten.

Gesucht für unser Hauptgeschäft eine tüchtige und selbständige **1. Verkäuferin,** welche in der Lebensmittel-, Manufakturwaren-, Schuhwaren- und Haushaltartikelbranche gründliche Kenntnisse besitzt. Alter nicht unter 25 Jahren. Eintritt sofort oder nach Uebereinkunft. Gute Arbeits- und Freizeitverhältnisse. Bewerbungen mit Lohnansprüchen unter Chiffre 1. 10/11 an Annoncenagentur R.-C. Mordasini, rue du Marché 18, Genf.

Tarif der Kleinen Anzeigen

15 Rp. pro Wort

Wie bestellen Sie eine «Kleine Anzeige»? Zahlen Sie den der Anzahl Wörter entsprechenden Betrag auf das Postcheckkonto I 7416 an die Annoncenagentur R.-C. Mordasini, Genf, rue du Marché 18, ein. Den Text Ihrer Anzeigen schreiben Sie deutlich auf die Rückseite des Einzahlungsscheines. Bei Anzeigen unter Chiffre ist Fr. 1.— beizufügen.

INHALT:

	Seite
Willkommen in Genf	301
Aktive Genfer Genossenschaft	304
Entwicklung der Verbandsvereine 1950	305
Société Coopérative Suisse de Consommation	305
Vor der Genfer Delegiertenversammlung	306
Aus der Tätigkeit des Laboratoriums V. S. K. im Jahre 1950	307
Warum nicht einen «Schuman-Plan» für die Genossenschaftsbewegung?	308
Die Wichtigkeit des Verkäufers als Person	310
Die gute Nachrede	312
Ein deutscher Verbandstag	313
Aus unserer Bewegung	315
Bibliographie	316
Arbeitsmarkt	316